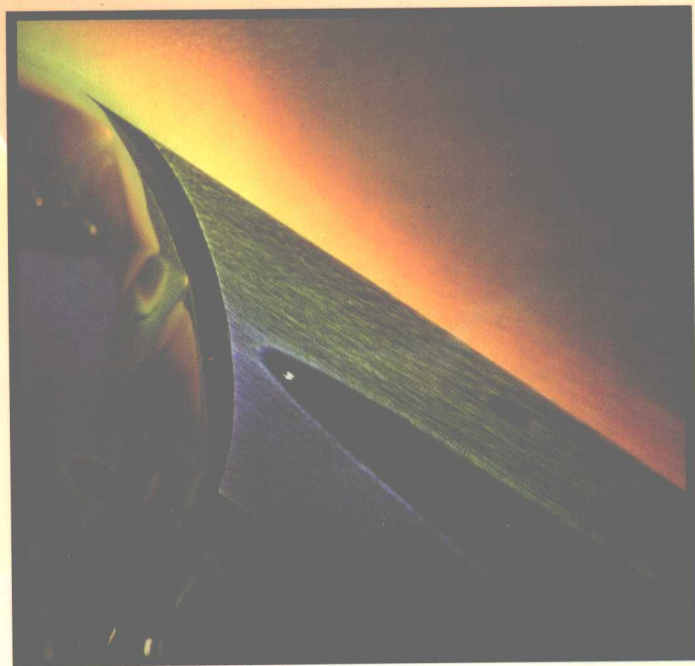


旅游心理学

◎ 李浪 编著

旅游心理学
Lv You Xin Li Xue



吉林文史出版社
吉林音像出版社

旅游心理学

李浪 编 著

吉林文史出版社
吉林音像出版社

当代心理学丛书

旅游心理学

编 著:李 浪

责任编辑:张西琳

出 版:吉林文史出版社
吉林音像出版社

发 行:吉林音像出版社

印 刷:华创印务有限公司

版 次:2006 年 2 月第 1 版

印 次:2006 年 2 月第 1 次印刷

字 数:23 千字

开 本:850mm × 1168mm 1 / 32

印 数:0001 - 3000

版 号:ISBN 7 - 70802 - 342 - 4 / I·122

定 价:29.80 元

前 言

随着旅游事业的蓬勃发展,如何提高旅游业的服务质量、旅游企业管理者的管理水平以及如何对旅游者的心理和行为作科学的预测,将是旅游心理学研究的主要课题。近几年来,心理学界和旅游业界的不少专家学者,为此已撰写了不少论文和专著,但是作者在教学和实践中发现,由于旅游专业的学生或旅游界的一些从业人员,以前很少或没有系统地学习过心理学等有关学科,在有限的时间内学习《旅游心理学》,感到易理解,难把握,难实践。因此,作者在总结前辈研究的基础上结合教学科研与实践经验,打破传统的结构体系,尝试从实践出发,根据旅游业的需要安排内容,以案例引出,讲解理论,再由理论来指导实践的方法构建体系。

《旅游心理学》一书,力求从旅游业的实践出发,理论联系实际,融国内外旅游心理学方面现有的文献资料以及作者的研究成果,突出科学性和应用性。

本书在编写过程中,参考了大量有关心理学、管理学、社会心理学、旅游学概论、旅游心理学等方面的论文和著作,并引用了其中有关的资料。谨向这些文献的作者致以诚挚的谢意。同时,还得到了海南大学旅游学院院长、博士张俐俐教授的大力支持,得到了我爱人无怨无悔的帮助,在此表示崇高的敬意和真挚的谢意。

由于编著者水平有限,错误和不妥之处在所难免,敬请专家、学者给予批评指正。

编 者

2006年元月1日

目 录

第一章	绪论	(1)
第二章	旅游与感知觉	(5)
第一节	旅游过程中感知觉的特点	(5)
第二节	人际知觉与旅游	(19)
第三章	旅游与情绪情感	(30)
第一节	情绪情感概述	(31)
第二节	情绪情感与旅游行为	(39)
第三节	旅游服务与旅游者情绪	(44)
第四章	旅游与个性	(48)
第一节	个性的基本内容	(48)
第二节	个性特征与旅游倾向	(54)
第三节	旅游者的个性特征与旅游方式	(66)
第五章	旅游与态度	(70)
第一节	态度概述	(71)
第二节	影响旅游态度形成的因素	(74)
第三节	旅游态度的改变	(78)
第四节	服务态度与旅游消费行为	(85)
第六章	旅游与人际关系	(90)

第一节	人际关系的建立与发展	(90)
第二节	人际交往的原则	(103)
第三节	人际交往的作用	(111)
第四节	人际关系的改善及技术	(124)
第五节	旅游服务人际沟通的方式与原则	(138)
第七章	旅游服务人员的心理素质与职业要求 ...	(144)
第一节	旅游服务人员应具备的心理素质	(144)
第二节	旅游服务人员的职业要求	(156)
第八章	旅游服务心理	(162)
第一节	如何观察旅游者	(162)
第二节	导游服务心理	(170)
第三节	饭店服务心理	(183)
第四节	旅游交通服务心理	(210)
第九章	旅游管理人员心理	(217)
第一节	领导心理与行为	(221)
第二节	旅游业员工积极性的激励	(243)

第一章 绪论

案 例

某市日报报道：某旅游城市两个旅行社的外联人员在争夺刚刚抵达码头的游客时，互不相让，大打出手，直到 110 警察赶到。经解劝方才罢手。而那些被外联人员“热情相邀”的游客，早已吓得四散逃走，旅游欣赏的兴致也荡然无存。

在平时我们也经常遇到这种“热情”过头的接待，或在车站被“热情”的售票员强制“接”进他的客车里，或在宾馆门前被“友好”的服务员“劝”进宾馆。然而，这种过度而不文明的“热情”接待方式，是旅客们所期望的吗？如何才能了解旅客的心理需求，做到真正热情、周到的服务接待，还需要我们学习探讨有关旅游心理学的内容。

一、旅游心理学的产生及其研究对象

（一）旅游心理学的产生

旅游心理学的产生是离不开旅游的。旅游是一项古老的活动，早在公元前 4000 年，巴比伦王国的人们用货币或货物支付旅行所花费的交通或食宿费用。2000 多年以前，我国就有“仁者乐山、智者乐水”的说法。我国历史上记载最早的、行程最远的旅行家是西汉的张骞。他于公元前 139 年奉汉武帝之命出使西域，越过葱岭，途径大宛、大月氏等地，在外 13 年，为发展汉朝与中亚各地人民的友好关系做出了很大的贡献。另外，还有我国西汉的司马迁 20 岁就开始游历全国，为写《史记》积累了丰富的资料；明代

的徐霞客游历全国,留下了具有科学、历史和文化价值的《徐霞客游记》;意大利的马可·波罗游历中国;英国的哥伦布环球航行等等。

但是,旅游作为一项经济事业却是在 19 世纪 40 年代开始的。1841 年,英国的木柴商人托马斯·库克创造了世界上最早的、有组织的近代旅游服务。当时,托马斯·库克包租了一列火车,运载 540 人去参加一次禁酒大会。之后,他又组织了最早的团体旅游,设置了最早的导游员,编写了最早的《旅游手册》,还组织了其他方式的旅游活动等等。他也因此被公认为现代旅游业的创始人。

20 世纪 50 年代之后,由于世界经济、科技文化、交通运输的迅速发展,旅游业得到了飞速发展。各国政府也相当重视和鼓吹开发旅游业。旅游作为一种休闲方式,越来越被人们所接受,成为人们重要的精神享受和现代文明生活的一个标志。总之,旅游活动已成为人民群众物质文化生活需要中不可或缺的内容之一。

随着旅游这一事业的发展,作为旅游业与心理学交叉学科的旅游心理学便应运而生。旅游业的性质决定了当它一出现于人类社会时,就围绕着如何更好地为旅游者服务这一根本问题开辟了自己的道路。从事这一行业的经营者、服务者总是以通过接待旅游者,组织旅游活动,为旅游者提供吃、住、行、游、购、娱等优质服务并取得盈利为其宗旨。旅游者也因经营者为他们提供安全、方便、舒适和愉快的服务而获得生理和心理上的满足。如果不了解旅游者的心理特点,不懂得旅游工作的特殊性,不明白什么是优质服务等问题,其结果就如同案例中的结果一样。

因此,许多旅游管理人员和服务人员开始了探索针对旅游者心理搞好服务工作的措施,心理学家以及不少其他领域的学者也逐渐开始从不同的角度来研究旅游心理。同时,旅游业本身的发展也迫切要求系统地深入地研究旅游活动中各种复杂的心理现象。为发展旅游业、提高旅游服务质量和效率、培养优秀的旅游从业人员提供心理学依据。旅游心理学便产生了。

(二)旅游心理学研究的对象

旅游心理学,是研究旅游活动中人们(旅游者、旅游从业人员)的心理活动和旅游条件中人们的各种心理现象和规律的科学。其根本的目的是要了解旅游者及潜在的旅游者需要什么?为什么选择这个地方而不去那个地方?影响旅游行为的主观因素和客观因素是什么?群体是如何影响个体的旅游行为?优质服务的内容是什么?旅游企业管理者应如何调动员工的积极性?以上问题均是旅游心理学要解决的问题。具体而言,即研究旅游者心理、旅游服务心理及旅游管理心理等。

二、学习和研究旅游心理学的意义

(一)对旅游业的发展具有科学指导性

旅游业以旅游者的存在为主要前提,如何赢得旅游者的问题,是一个科学的问题。它是一个衡量旅游企业是否兴旺发达的重要标志。赢得旅游者最根本的条件不是靠现代化的硬件设施,而是能否最充分地满足旅游者的需要。旅游心理学可指导旅游企业了解旅游者的旅游需要、动机、态度、人格等方面的心理特点,了解不同性别、年龄、国籍、民族等的心理特点及其差异。做好有的放矢的针对性服务,这样才能赢得旅游者,使旅游企业蓬勃发展。

(二)为旅游企业科学治理的经营发展提供心理依据

旅游企业要开发旅游资源、旅游产品以及旅游设施建设,都必须适应旅游者的生理心理特点,以能否满足旅游者的需要为制定方案的依据。盲目的开发,等于人力物力的浪费。旅游心理学可帮助旅游经营管理者运用心理学原理分析旅游者的心理发展趋势,针对旅游者的心理特点,制定科学合理的经营措施,促进旅游企业的顺利发展。

(三)提高旅游管理人员及服务人员的心理素质和职业素质

旅游企业从业人员的心理素质和职业素质直接影响旅游服务的质量,因此,提高旅游企业从业人员的心理素质与职业素质是旅游企业的关键。旅游心理学作为一门专业学科,研究的是有关旅游专业的心理方面的基本理论知识,学习这些知识,可以使员工正确认识工作的对象,把握工作对象的心理特点和差异,真正做到个性化服务和优质服务。

第二章 旅游与感知觉

案 例

有一妇人怀抱一个3岁左右的小孩走进某星级酒店,她看见前台有三四个服务小姐站着迎接客人,便走了过去向其中的一位咨询住宿情况。她听完服务小姐的介绍后,决定入住该酒店。于是,她把孩子放在地上,准备登记。可是孩子却不情愿,抱着她的腿哇哇大哭。这位妇人急忙哄着孩子,但孩子就是不听她的,不停地大声哭闹,服务小姐们默默地看着,等待着。妇人没有办法,只好又抱起他。就在这位妇人抱着孩子起身、抬头的一瞬间,看见一位服务小姐皱着眉头,显出不耐烦的样子,她一看此情景,拎起背包,转身走出酒店。此时,服务小姐们,面面相觑,不知何故。

客人走了,服务小姐们不知道什么原因,这是为什么?让我们学习完以下内容,再来回答这个问题。

第一节 旅游过程中感知觉的特点

一、感觉及其特点

(一)感觉概念

感觉是人认识客观事物的开端,是我们关于世界一切知识的最初源泉。是一种最简单的、低级的心理现象。

什么是感觉呢?心理学家是这样定义的:

感觉是人脑对直接作用于感觉器官的客观事物的个别属性的反映。如闻到气味,尝到滋味,看到颜色,听到声音,摸到光滑、粗糙等,还有我们自己身体的内部状况,如感到疼、痒、胀、麻等等。诸如此类的心理现象都是主体对客观事物的个别属性的反映。感觉虽然是最简单的心理现象,但它却是一种比较高级、比较复杂的心理现象的基础。

加拿大麦克吉尔大学心理学家赫布(D.O. Hebb)等人,在1954年曾做过一个“感觉剥夺”的实验。让被试躺在一张舒适的床上,蒙上眼罩,戴上手套,头枕在泡沫橡胶的枕头上,空气调节器发出单调的声音,以限制听觉,被试的感觉基本被剥夺了。在这种状态下,一般只要经过四五天,被试的心理状态就出现了异常。多数被试不能正常学习,出现了幻觉(视觉幻觉中有闪光、灼热的此,听觉幻觉中有狂吠声、打字机声,触觉幻觉中有冰冷的钢块玉在前额和脸上),注意力不能集中,思维活动总是“跳来跳去”,总之,他们的心理活动出现了严重的混乱。这种实验也说明了感觉器官得不到刺激,就会导致心理疾病。

通过感觉我们只能知道客观事物的个别属性,还不知道事物的整体及其意义。人对所面临的事物,总要搞清它是什么,它有什么意义,这就要靠知觉水平的认识。

(二)感觉的特点

人对客观事物的感觉能力,可随条件和物体状态的不同而发主变化,并有规律可循。

1. 感觉具有相互作用

感觉的相互作用,又叫联觉。是指一种感觉会引起另一种感觉的产生。

例如,在绿色光照下听觉能力提高,在红色光照下,听觉能力下降;在噪音影响下,视觉能力降低。看到用浅色包装沉重的物体,会使人觉得比较轻巧;用鲜艳的颜色包装礼品,会觉得喜庆;用淡蓝色或乳白色包装食品觉得清洁卫生。摇动视觉可破坏平衡感,使人头晕或呕吐等等。再比如:当看到餐厅服务人员穿着油污

的工作服时,会觉得肮脏不卫生,饭菜不香。案例中的那位妇人,正是看到服务小姐的皱眉表情后,觉得这个酒店不会热情关注她,所以转身而去。在旅游服务中,联党的作用处处呈现。

2. 感觉具有适应性

因刺激的持续作用而引起感受性变化的现象叫做适应。

各种感觉的适应情况是不完全一样的。肤觉的适应性较强,如在冬天,有的服务员在冷水中操作,开始觉得冷,慢慢也就觉得不像开始时那么冷了。冬天,北方到南方来的旅游者,看见南方的人穿着一件衬衣,最初,他自己不敢穿得太少,随着时间的增加,也敢穿一件衣服了,这是皮肤适应的缘故。嗅觉的适应也是如此,厨师长期在锅边操作,对美味佳肴的感受性也就不如一般人灵敏。正如古人所说:“入芝兰之室,久而不闻其香;入鲍鱼之肆,久而不闻其臭。”视觉适应有暗适应和明适应。从明亮的阳光下进入黑暗的地方时,开始觉得视物模糊,甚至什么也看不见,但过了一会便又渐渐看清物体了,这是眼睛的暗适应。突然从暗处走到耀眼的日光下,最初也会感到眩目,睁不开眼睛,但只需1分钟左右,即可恢复正常视觉,这是眼睛的明适应。

3. 感觉具有对比性

两种明显不同的刺激物同时或先后作用于同一感觉器官,两者相互作用而使对方各有所加强,这种现象叫做对比。感觉对比能增强感觉之间的差别,对辨别事物的知觉起着重要作用。

感觉对比可分为同时性对比与继时性对比。例如,旅游设施装饰色彩的对比,旅游工作者的白色上装与黑色领带的对比,都会使黑白更显分明;这属于同时性对比。吃了甜食之后再吃苹果、桔子,会感到它们很酸;注视红色物体后再看白色物体,会感到白色物体有点带绿色;在冬天,从很暖和的房间到外边去,立刻会感到寒风刺骨,这些都属于继时性对比。

二、知觉及其特点

(一)知觉概念

知觉是人脑对直接作用于感觉器官的客观物体的整体反映。

在日常生活中,单纯的感觉是不存在的,许多事物总是由许多属性综合而成的,构成了一个整体。例如红色,我们不仅感觉到了它是红色,同时也知道了这是红墙的红,或是红花的红,或是红色服装的红,这就涉及知觉的问题。

知觉可分为一般知觉和复杂知觉两大类。一般知觉是以某种感觉为主的知觉,包括视知觉、听知觉、味知觉、嗅知觉、触知觉、运动知觉等。品尝美味佳肴,是味知觉在起主导作用;参加音乐茶会,是听知觉在起主导作用。复杂知觉指空间知觉与时间知觉。空间知觉反映物体的方位、形状、大小、离我们的远近,以及物体之间的相互距离。时间知觉反映物体的延续性和顺序,如时间的长短、先后、快慢、节奏等。

感觉和知觉是认识过程的两个不同的水平。感觉的心理成分是单一的,而知觉的心理成分是复杂的。感觉和知觉有着十分紧密的联系。一方面,感觉是知觉的基础,没有脱离感觉而存在的单纯知觉。知觉是大脑对不同感觉通道的信息综合加工的反映。因此我们把它统称为感知觉。人们只有在丰富、精确的感觉的基础上,才能产生全面、正确的知觉。所以感知过程是认识世界的基础,是获得感性知识与直接经验的主要形式。如食品的色、香、味、形等等都会引起客人不同的心理感受,从而引起不同的情绪,并将决定着客人是否接受服务的行为。

(二)知觉的特点

1. 知觉具有整体性的特点

整体性是指当客观事物的个别属性作用于人的感官时,人能

够根据知识经验把它知觉为一个有机的整体,这就是知觉的整体性特征。

客观事物具有许多种属性,并且是由不同的部分组成的。当客观事物作为刺激物对人发生作用时,是它的部分属性分别作用于人的感官,有时甚至仅仅某部分对人发生作用。然而,人所反映的这些部分或属性并不是彼此孤立的,而是一个整体。例如,看到一个三角形,人不会把它知觉为三条彼此孤立的线段,而会看成一个等边三角形或等腰三角形或不规则三角形,即把它看成是一个整体。如图 2-2,是由三个不规则的图形组成,但我们知觉时只会把它看成是一个白色的三角形,而不会看成是孤立的三个角或不规则的三个圆。知觉图 2-1 中间的字时,会因观察的角度不同,而知觉出不同的结果。从横向看,中间字为“13”;从上到下看,中间字为“B”。

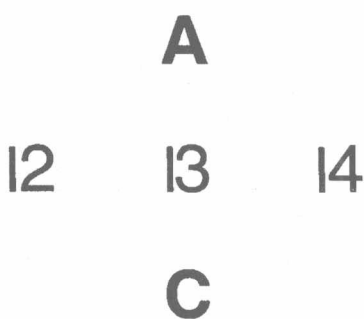


图 2-1 中间是什么字



图 2-2 知觉的整体性

同样,旅游知觉之所以具有整体性,一方面是因为刺激物的各个部分和它的各种属性总是作为一个整体对人发生作用;另一方面,人的旅游知觉在把旅游刺激物的各个部分综合为旅游刺激情景的过程中,过去的知识经验常常能提供补充信息。比如,宾客来到我们饭店,不是只看到饭店的装饰布置、服务人员的举止着装等某个方面,而是饭店的整体形象。当旅游者到某个城市的旅游景点游览时,如果这些景点景色优美,景观独特,清洁卫生,服务人员

彬彬有礼,尽管旅游者对这个城市的其他方面了解甚少,知觉的整体性,也会使人对这个城市有良好的印象。在旅游景点的安排上,如果导游将一些相似的景点的内在规律指点出来,游人就会通过一两个景点推知其他景点的内容,起到举一反三的效果。

2. 知觉具有选择性的特点

选择性:人对外界客观事物有选择地将知觉对象从背景中区分出来的特性,为知觉的选择性。

客观世界是丰富多彩、复杂多样的,作用于感官的物体是众多的,但人并不能注意到同时作用于感觉器官的所有刺激,也不能对作用于感觉器官的所有刺激发生反应。人感知什么,拒绝什么,都是根据个体的具体需要进行选择的。人正是由于有这种对外界信息有选择地进行加工的能力,人才能够把注意力集中到少数重要的刺激或刺激的重要方面,排除次要刺激的干扰,从而更有效地认识外界物体,适应外界环境。如某人上街去买书,那他总要在大街上琳琅满目的店铺中寻找书店,而不是见店便进;需要就餐的客人总是有目标地选择餐馆;需要住宿的人总是有目的地选择旅店。在旅游过程中,喜欢文史的旅游者,总爱把帝王故都、古代建筑、历史文物选择为知觉对象;喜欢大自然的旅游者,总是对浩瀚的大海、险峻的高山、飞流的瀑布等特别感兴趣。也正是由于旅游知觉的选择性,使旅游者能够在有限的时间内把注意力集中到少数重要的刺激物或刺激物的重要方面,排除次要刺激物的干扰,从而使旅游者更有效地认知旅游客体,获得审美愉悦。影响旅游知觉的因素是多样的,既有客观因素,又有主观因素。

木雕艺术家艾契尔(M. C. Escher)在1938年创作的一幅著名木刻画,主题为《黎明与黄昏》。假如读者先从图面的左侧看起,你会觉得那是一群黑鸟离巢的黎明景象;假如读者先从图面的右侧看起,你就会觉得那是一群白鸟归林的黄昏;假如读者先从图面中间看起,你就会获得既是黑鸟又是白鸟,也可能获得忽而黑鸟忽而白鸟的知觉经验。

3. 知觉具有理解性的特点

理解性:人在知觉客观事物时,总是用自己过去的知识经验加以解释,把它归入一定类别的范畴之内,并用词来概括它,这就是知觉的理解性。

人的知觉并不像照相机那样详细而精确地反映出物体的全部细节,它不是一个被动的过程。相反,人的知觉是一个非常主动的过程,旅游者往往根据以往的知识经验来理解它们,对感知到的旅游刺激物进行加工处理,归入一定的对象类别中,并形成一定的概念。



图 2-4 不完整图形